



LLAMADAS AUTOMÁTICAS DE TELEMERCADERO DIRIGIDAS A TELÉFONOS RESIDENCIALES Y MÓVILES

por Greg Abbott, Procurador General de Texas

PARA AYUDAR A CONSUMIDORES CON LÍNEAS tradicionales de teléfono y móviles a evitar llamadas automáticas de telemarketing, la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) recientemente aprobó cambios a sus normas de telemarketing. Llamadas automáticas inesperadas, conocidas como llamadas de telemarketing pregrabadas (robocalls, en inglés), importunan el tiempo personal de los que las reciben y gastan minutos de teléfonos móviles.

Bajo las nuevas normas de la FCC, aquellos que utilicen las llamadas automáticas deben obtener autorización por escrito de consumidores antes de enviar llamadas de telemarketing pregrabadas. El consentimiento escrito puede ser obtenido a través de medios electrónicos tal como un formulario en la Internet.

El cambio a las normas también elimina la exención de “relación comercial establecida”. Anteriormente, los solicitantes podían realizar llamadas automáticas a personas con las que la empresa solicitante había realizado negocio. La nueva norma requiere consentimiento escrito para toda llamada automática, sin importar si la empresa haya tenido negocio con el consumidor.

Además, se requiere que las compañías de telemarketing den a consumidores la oportunidad de cambiar de opinión y retirar

su autorización escrita. Bajo estas normas, toda llamada pregrabada debe incluir un mecanismo automático e interactivo para que al oprimir unos cuantos botones el consumidor pueda cancelar el permiso y dejar de recibir llamadas del solicitante. El solicitante debe automáticamente añadir dicho consumidor a su lista de no llamar y colgar inmediatamente.

También hay severas restricciones al número de llamadas realizadas durante campañas de llamadas automáticas que terminan siendo abandonadas o con “línea muerta”. Una “línea muerta” se refiere a llamadas en las que solo se escucha un sonido de tono o nada porque el agente de telemarketing abandonó la llamada.

La FCC no cambió las normas federales que gobiernan llamadas de mensajes simplemente informativos. Llamadas que simplemente informan a consumidores se consideran diferentes a llamadas de ventas. Por ejemplo, llamadas informativas pregrabadas incluyen mensajes automáticos para actualizar información, tal como para vuelos de avión o el cierre de escuela.

Otros tipos de llamadas autorizadas son las de bancos, candidatos políticos, compañías de teléfono y la mayoría de grupos caritativos. Igualmente, las normas no aplican a mensajes de cuidado médico. Además, quedan exentas

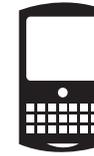
llamadas de cobradores siempre y cuando no estén intentando vender.

Texanos que reciben llamadas de telemarketing automáticas no deseadas pueden quejarse ante la FCC en www.fcc.gov/complaints o llamar al (888) 225-5322. Consumidores también pueden quejarse ante la Procuraduría General en www.texasattorneygeneral.gov o llamar al (800) 252-8011.

La Procuraduría General resolvió acciones legales contra tres empresas de telemarketing que participaron en un fraude para vender contratos de servicio de garantía de vehículos. Según investigadores, el fraude de ventas telefónicas realizado infringió varias leyes estatales y federales de telemarketing. Además de falsamente comerciar contratos de servicio como garantías extendidas, los demandados falsificaron sus números para esconder sus identidades. Como resultado, los aparatos de identificación de llamadas presentaban números falsos al recibir llamadas de los demandados. Bajo los acuerdos judiciales con los demandados, estos deben dar divulgación de información clara y acatar las leyes estatales y federales de telemarketing en el futuro.

– Abril 2012

PUNTOS PARA RECORDAR



LLAMADAS DE TELEMERCADERO AUTOMÁTICAS INESPERADAS

Las nuevas normas de la FCC protegen a texanos contra llamadas de telemarketing pregrabadas:

- Solicitantes deben obtener permiso por escrito antes de hacer llamadas automáticas
- Eliminan la exención de “relación empresarial establecida”
- Compañías de telemarketing deben ofrecer a consumidores un mecanismo automático e interactivo para que en cada llamada automática el consumidor tenga la opción de informar electrónicamente al solicitante que deje de llamar
- Limitando el número de llamadas abandonadas o de “línea muerta” que las compañías pueden hacer durante campañas de llamadas de telemarketing:

Federal Communications Commission (FCC)
www.fcc.gov/complaints
(888) 225-5322

Office of the Attorney General
www.texasattorneygeneral.gov
(800) 252-8011



ATTORNEY GENERAL OF TEXAS
GREG ABBOTT